



Communiqué

1^{er} SEMESTRE 2003

LE CHIFFRE D'AFFAIRES DE LAGARDERE MEDIA PROGRESSE DE +4,3 % (à données comparables)

Les activités Livre et Radio/Télévision (Lagardere Active Broadcast) enregistrent une croissance très satisfaisante sur l'ensemble du 1^{er} semestre. En revanche, l'activité Presse Magazine pâtit, en particulier aux Etats-Unis, de l'attentisme des annonceurs enregistré depuis le déclenchement de la guerre en Irak. L'activité Distribution subit les mêmes effets auxquels s'ajoutent ceux du SRAS, ainsi que ceux des grèves en France.

Globalement, grâce à l'équilibre et la qualité de son portefeuille d'activités, Lagardère Media parvient à afficher une croissance de 4,3 % de son chiffre d'affaires à données comparables.

Dans un environnement marqué par une baisse significative du dollar (de l'ordre de 19 % par rapport au 1^{er} semestre 2002), le chiffre d'affaires brut de Lagardère Media s'inscrit en léger repli (-1,1 %).

Le chiffre d'affaires consolidé de LAGARDERE SCA s'inscrit en baisse (-10,4 %) du fait de la déconsolidation à effet 1^{er} janvier 2003 de Matra Automobile, ainsi que de la baisse d'activité enregistrée par EADS.

	Chiffre d'affaires (M€)		Variation 03/02 brute	Variation 03/02 retraitée à données comparables ^(*)
	30.06.03	30.06.02		
. LAGARDERE MEDIA	3 861	3 905	(1,1) %	4,3 %
. AUTOMOBILE	-	550	(100) %	SO
. EADS	1941	2 019	(3,9) %	ND
LAGARDERE SCA	5 802	6 475	(10,4) %	ND

^(*) à périmètre et taux de change constants
SO : sans objet ; ND : non disponible

Pour le pôle "**Lagardère Media**", la variation à périmètre comparable s'établit à -1 %. En neutralisant également l'incidence des variations des cours de change, cette progression est de +4,3 %. La variation brute ressort à -1,1 %.

- Hachette Livre enregistre une très forte croissance interne -à deux chiffres-, grâce au dynamisme de ses ventes en France ainsi qu'au succès des activités "fascicules" en Europe.
- Hachette Filipacchi Médias enregistre une performance contrastée. Après avoir bénéficié, sur l'essentiel du 1^{er} trimestre, du retour à la croissance des revenus publicitaires amorcé au cours du 4^{ème} trimestre 2002, en particulier aux Etats-Unis, l'activité Presse Magazine est confrontée à l'attentisme des annonceurs depuis le déclenchement de la guerre en Irak, auquel s'ajoutent les incertitudes qui continuent de peser sur la reprise économique. Au total, sur l'ensemble du 1^{er} semestre, Hachette Filipacchi Médias affiche une croissance, à données comparables, voisine de 2 %, après deux années consécutives de baisse.
- Après un bon début d'année, Hachette Distribution Services a été confronté à un environnement exceptionnellement difficile, en particulier dans son activité de ventes de détail sur les lieux de transport (en aéroports du fait de la guerre en Irak et du SRAS, dans les gares et stations de métro en France du fait des grèves à répétition intervenues en mai et juin). Cependant, grâce aux bonnes performances réalisées en Europe de l'Est, ainsi qu'au développement du réseau "Virgin Megastore" -depuis novembre 2001, les ouvertures se sont succédé à Montpellier, Nice, Toulouse, Nantes, Melun-Sénart, Paris Barbès-, Hachette Distribution Services affiche une croissance interne de 4 % pour l'ensemble du 1^{er} semestre.
- Lagardere Active enregistre une croissance interne voisine de 6 %. L'activité Radio, qui enregistre des performances irrégulières d'un mois sur l'autre, affiche cependant une progression de son chiffre d'affaires supérieure à 2 % sur l'ensemble du semestre. La visibilité sur les perspectives de croissance future reste très faible. Les activités Télévision enregistrent sur la même période un taux de progression à deux chiffres qui traduit le dynamisme de la Production ainsi que le succès des chaînes thématiques et de CanalSatellite, leur principale plateforme de distribution.

En dépit de sa forte incidence sur le chiffre d'affaires, la baisse du dollar aura un impact limité sur la rentabilité de Lagardère Media en 2003. En effet, les activités exposées au risque dollar étant localisées aux Etats-Unis, les coûts associés sont également libellés en dollars de telle sorte que le risque est limité aux profits -qui font par ailleurs l'objet d'une couverture de change partielle.

En conclusion, la hausse du chiffre d'affaires enregistrée sur le 1^{er} semestre, à données constantes, devrait donc permettre à Lagardère Media de confirmer ses objectifs de progression de résultats pour 2003.

Le chiffre d'affaires reporté sur la ligne "EADS" correspond à 15,07 % de celui réalisé par la société EADS.

Pour se conformer aux normes comptables françaises appliquées par le groupe Lagardère, la part des recettes libellées en devises fait l'objet de retraitements destinés à les valoriser aux taux de change auxquels elles ont été couvertes.

Le chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2003 est en baisse de 3,9 %. Le repli affiché provient, comme prévu, essentiellement de la division Airbus qui a livré 149 appareils contre 160 un an plus tôt, ainsi que de la baisse du dollar. L'amélioration enregistrée dans les activités défense a néanmoins permis d'en compenser partiellement les effets.

EADS maintient, par ailleurs, son objectif de réaliser un chiffre d'affaires 2003 du même ordre que celui de 2002 -sur la base d'un euro à 1,10 dollar.

Paris, le 28 juillet 2003

Contacts Presse

Thierry Funck-Brentano

tél.: 01 40 69 16 34

tfb@lagardere.fr

Arnaud Molinié

tél.: 01 40 69 16 72

amolinie@lagardere.fr

Communication Financière

Alain Lemarchand

tél.: 01 40 69 18 02

alemarchand@lagardere.fr